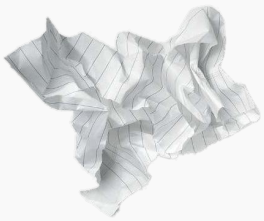
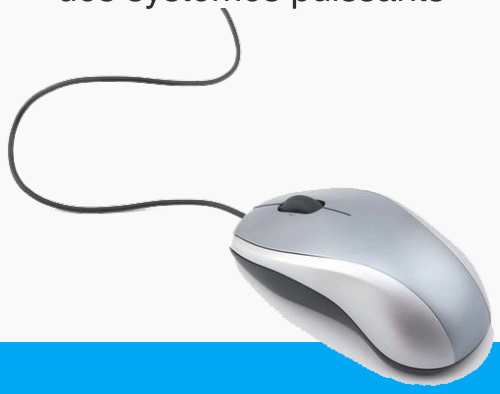


Simplexité UX

Une approche pour concevoir
des systèmes puissants



- Applications métiers
- Produits SaaS
- Plateformes B2B
- Produits numériques complexes

Livre Blanc
2026

Hai Yen DESMET

Simplexité UX : Une approche pour concevoir des systèmes puissants

- Applications métiers
- Produits SaaS
- Plateformes B2B
- Produits numériques complexes

Hai Yen DESMET
2026

SOMMAIRE

00 Introduction

NOUS NE CONCEVONS PLUS DES INTERFACES. NOUS CONCEVONS DES SYSTÈMES. 04

À PROPOS DE L'AUTEURE 05

01 Comprendre la complexité

POURQUOI LES SYSTÈMES DEVIENNENT COMPLEXES 07

POURQUOI “FAIRE SIMPLE” N'EST PAS TOUJOURS LA BONNE RÉPONSE 09

02 Lire un système

LES CINQ COUCHES DE COMPLEXITÉ 13

BOÎTE À OUTILS :
/ L'AUDIT 8 HEURES 17

03 Concevoir des systèmes puissants

SIX DIMENSIONS DE CONCEPTION 19

BOITE A OUTILS :
/ 30 PATTERNS DE CONCEPTION
/ 12 CARTES DE DÉCISION PRODUIT
/ LA CHECKLIST SIMPLEXITÉ UX 32

04 Au-delà de la simplexité

ENTRETIEN — BAPTISTE LEMOIGNE, LEAD UX/UI @THALES 36

ENTRETIEN — MANON LEVERRIER, LEAD PRODUCT & CX DESIGNER @THALES GREEN OPERATIONS 39

ENTRETIEN — GIANNI POLITO, VP DESIGN MANAGER @CRÉDIT AGRICOLE CIB 41

05 Une nouvelle posture pour les designers 44

CONCLUSION 49

REMERCIEMENTS 50

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 51

INTRODUCTION

Nous ne concevons plus des interfaces. Nous concevons des systèmes.

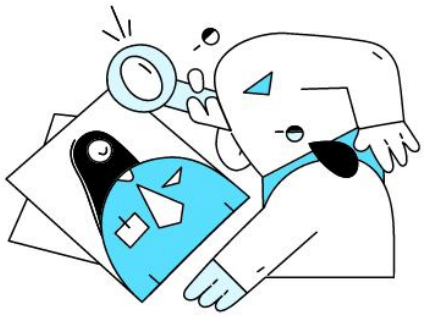
Cette phrase est sans doute la plus importante de ce livre blanc. Elle exprime une idée simple, mais qui change profondément notre manière de concevoir le design.

Le designer qui travaille sur une application métier, une plateforme SaaS B2B ou un outil d'analyse ne crée pas seulement des écrans. Il conçoit **des environnements de travail** : des espaces cognitifs dans lesquels des personnes réfléchissent, prennent des décisions, collaborent, se trompent, apprennent et recommencent.

Lorsque l'on pense en termes d'interfaces, on cherche avant tout à optimiser l'esthétique, la cohérence visuelle ou la fluidité des interactions. Ces objectifs sont légitimes. Mais lorsqu'on pense en termes de systèmes, on cherche à optimiser quelque chose de plus fondamental : la capacité des utilisateurs à comprendre ce qui se passe, à prendre les bonnes décisions et à retrouver leur chemin lorsqu'ils se perdent.

Ce livre blanc propose un mot pour désigner cette posture : **la simplexité**.

Il ne s'agit pas d'imposer une simplicité artificielle, mais de rendre la complexité praticable : concevoir des systèmes puissants qui respectent l'intelligence, l'attention et l'expertise des personnes qui les utilisent.



La simplexité est l'art de rendre simples, lisibles et compréhensibles des réalités complexes.
Une “chose simplexe” est une “chose complexe dont on a déconstruit la complexité afin de pouvoir l'expliquer simplement”.
En résumé, **il est souvent bien plus difficile d'être simplexe que complexe**.

(Wikipedia, Simplexité)

Ce livre blanc est organisé en cinq parties.

- La première explique pourquoi les systèmes deviennent complexes et pourquoi “faire simple” n'est pas toujours la bonne réponse.
- La deuxième propose un cadre de lecture pour comprendre et diagnostiquer cette complexité.
- La troisième traduit ce cadre en principes de conception concrets, illustrés par des exemples issus de produits existants.
- La quatrième donne la parole à trois professionnels qui conçoivent quotidiennement des produits complexes dans des secteurs différents.
- Enfin, la dernière partie propose une posture pour les designers qui souhaitent concevoir des systèmes ambitieux, évolutifs et durables.

À propos de l'auteure

Hai Yen DESMET est UX Designer, spécialisée dans la conception de systèmes complexes, les environnements à fortes contraintes et les interactions à forte valeur ajoutée.

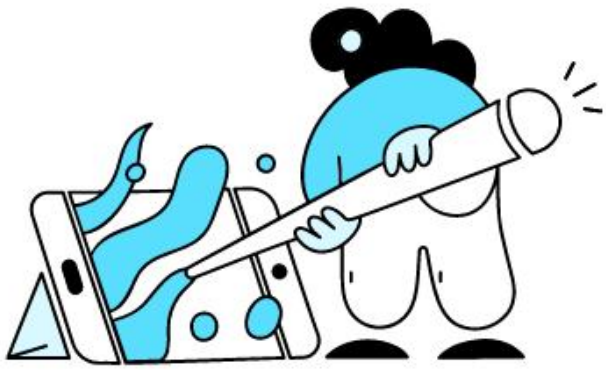
Elle travaille actuellement chez Thales sur des applications métiers, des projets de transformation digitale et des solutions contribuant à une aviation plus durable. Avant cela, elle a accompagné pendant cinq ans des marques internationales dans leur développement à travers la communication digitale, la stratégie de contenu et l'UX Writing.

Son approche du design est nourrie par un parcours international mêlant stratégie produit, expérience utilisateur, créativité et communication.

Elle est titulaire d'un Mastère Chef de projet digital spécialisé en UX Design, d'un Bachelor en International Business, ainsi que de la certification “Google UX Design Professional Certificate”.

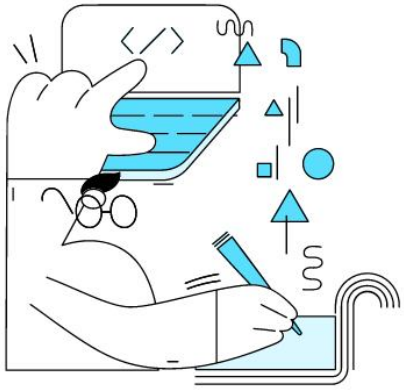
Aujourd'hui, elle s'intéresse particulièrement au Product Management, aux micro-interactions, à la visualisation de données et à la conception de systèmes complexes.

Pour toute question ou proposition de collaboration : desmetyen@gmail.com



1

Comprendre la complexité



Pourquoi elle existe, et pourquoi on ne peut pas la contourner

Les designers parlent souvent de simplicité comme d'un objectif universel. Pourtant, dans les applications métiers, les plateformes SaaS B2B ou les outils d'aide à la décision, la complexité n'est pas une anomalie : elle est une conséquence directe des problèmes que ces produits cherchent à résoudre.

Avant de chercher à simplifier un système, il faut donc comprendre d'où vient cette complexité et pourquoi elle ne peut pas toujours être supprimée.

Pourquoi les systèmes deviennent complexes

Un produit numérique devient complexe lorsque les problèmes qu'il cherche à résoudre sont eux-mêmes complexes. Il ne s'agit pas d'un défaut de conception, mais d'une propriété structurelle du système.

Application complexe vs application grand public

Les applications métiers, les plateformes SaaS B2B et les outils analytiques sont **souvent perçus comme plus difficiles à utiliser que les applications grand public**. Pourtant, cette complexité n'est pas nécessairement le signe d'une mauvaise conception. **Elle est souvent la conséquence directe du problème que le produit cherche à résoudre.**

Le Nielsen Norman Group distingue les applications complexes des applications grand public par plusieurs caractéristiques : elles nécessitent une expertise métier, impliquent des décisions à fort enjeu et s'appuient sur des volumes importants de données ou de règles métier. Ces contraintes ne sont pas accidentelles ; elles constituent la raison d'être de ces produits.

La complexité n'est donc pas toujours un problème à résoudre. Elle est parfois une réalité à organiser.

L'écart d'expérience et le paradoxe des attentes

Une autre difficulté vient du fait que les mêmes personnes utilisent, dans leur vie personnelle, des produits numériques particulièrement aboutis.

En France, **un utilisateur passe en moyenne plus de trois heures trente par jour sur son smartphone** (CREDOC, 2024). Pendant ce temps, il interagit avec des applications où chaque détail est optimisé : animations, micro-interactions, retours visuels, rapidité d'exécution, fluidité des parcours.

Lorsqu'il ouvre ensuite son outil de travail, le contraste est souvent brutal. Cette comparaison crée un paradoxe.

D'un côté, **les utilisateurs attendent une expérience comparable à celle qu'ils connaissent dans leur vie quotidienne**. De l'autre, l**es équipes produit peuvent être tentées d'appliquer les recettes du design grand public à des contextes qui répondent à des contraintes totalement différentes.**

Or, un logiciel métier n'a pas pour objectif de reproduire l'expérience d'une application de livraison ou d'un réseau social. Il doit avant tout permettre à ses utilisateurs de travailler efficacement, de comprendre des situations complexes et de prendre des décisions fiables.

Concevoir une bonne expérience ne signifie donc pas copier les standards du grand public, mais répondre aux besoins réels du contexte professionnel.

L'environnement dans lequel ces outils sont utilisés

Une dimension est pourtant souvent oubliée lorsque l'on parle de complexité : **le contexte de travail**. Les applications métiers ne sont pas utilisées dans un environnement calme et sans interruption. **Elles s'inscrivent dans des journées déjà saturées de sollicitations, de réunions, de messages et de changements de contexte.**

Les chiffres du Work Trend Index de Microsoft illustrent bien cette réalité. Ces chiffres ne sont pas anecdotiques. Ils décrivent l'état cognitif dans lequel les utilisateurs ouvrent leurs outils : **une attention déjà fragmentée.**

Concevoir un système complexe, c'est donc concevoir pour des personnes dont la capacité d'attention est limitée avant même la première interaction.

Cette contrainte ne devrait pas être considérée comme un simple contexte d'usage. Elle constitue un véritable critère de qualité du produit.

40 %

des utilisateurs de Microsoft 365 sont déjà actifs à 6h du matin, principalement pour consulter leurs e-mails.

17 % des e-mails des dirigeants sont envoyés pendant des réunions.

Un travailleur reçoit en moyenne

117 e-mails par jour

Work Trend Index (Microsoft, 2025)

Pourquoi “faire simple” n'est pas toujours la bonne réponse

La culture du design véhicule une idée profondément ancrée : plus une interface est simple, meilleure elle est. Cette conviction est précieuse. Elle nous pousse à supprimer le superflu, à éviter les interfaces surchargées et à rechercher la clarté.

Mais dans les systèmes complexes, cette recherche peut devenir contre-productive lorsqu'elle conduit à masquer une complexité qui reste pourtant indispensable au travail de l'utilisateur.

La simplicité n'est pas une propriété de l'interface. C'est une relation.

Ce qui paraît évident à un expert peut sembler incompréhensible à un novice. Le tableau de bord d'un avion en est une bonne illustration. Pour un pilote, il constitue un langage parfaitement lisible, acquis au fil de milliers d'heures de formation. Pour un passager, il n'est qu'un ensemble d'indicateurs incompréhensibles.

Le problème ne vient pas du tableau de bord lui-même. Il vient du fait que **la simplicité dépend toujours de la relation entre un système, son utilisateur et le contexte dans lequel il est utilisé.**

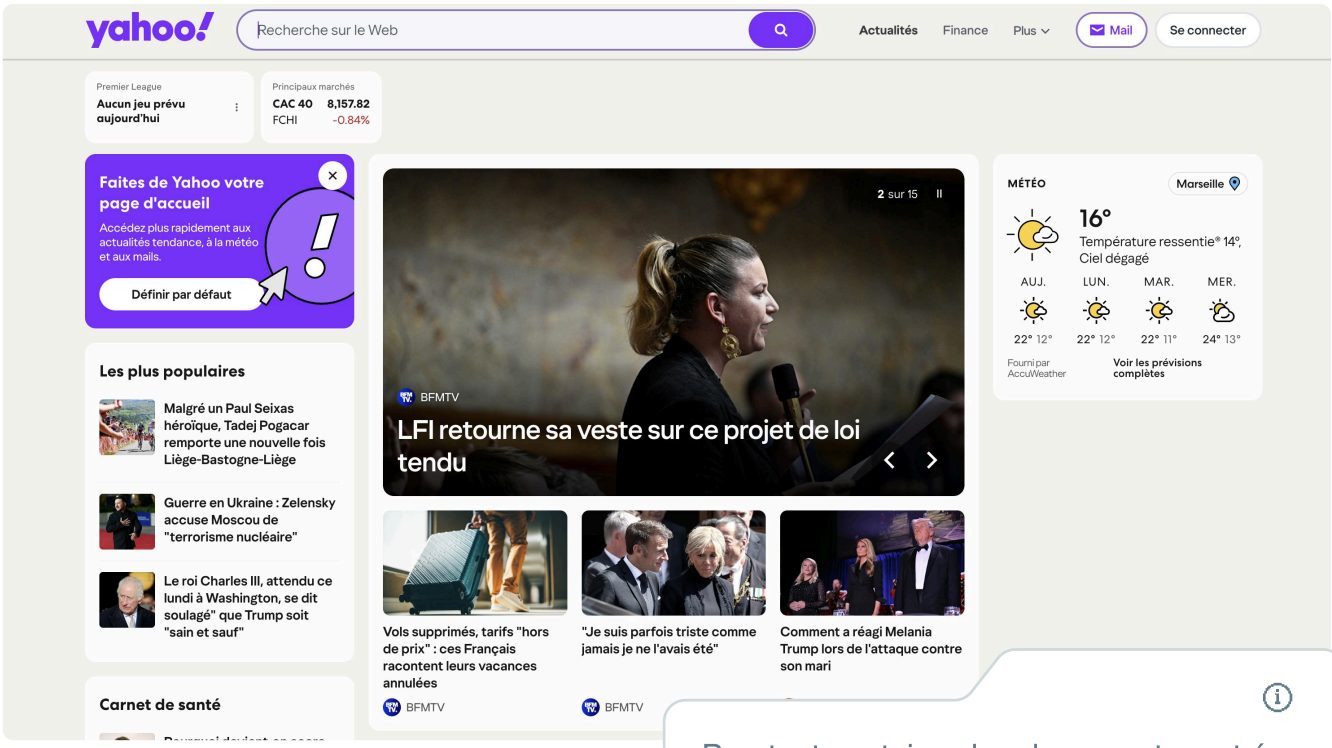
Don Norman illustre parfaitement cette idée avec la comparaison entre Google et Yahoo.

La page d'accueil de Google paraît beaucoup plus simple que celle de Yahoo. Pourtant, **certains chercheurs ont montré que, pour certains usages, l'approche de Yahoo pouvait être plus efficace, car elle rendait visibles plusieurs points d'entrée dès la première consultation.**

La simplicité n'est donc jamais une qualité absolue. Elle dépend toujours du contexte.

Google

Yahoo



Pourtant, certains chercheurs ont montré que, pour certains usages, l'approche de Yahoo pouvait être plus efficace, car elle rendait visibles plusieurs points d'entrée dès la première consultation.

(Source : Don Norman — The truth about Google's simplicity).

Les dangers de la fausse simplicité

Dans les systèmes complexes, simplifier à l'excès peut devenir un véritable problème.

En supprimant certains détails, on peut masquer des règles importantes, réduire la transparence du système et rendre les décisions plus difficiles à prendre.

Dans des domaines critiques, les utilisateurs attendent souvent l'inverse de ce que proposent les applications grand public : **ils veulent comprendre pourquoi une décision est prise, retrouver un historique, vérifier une information ou gérer des cas particuliers.**

Autrement dit, **ils recherchent davantage de visibilité que de minimalisme.**

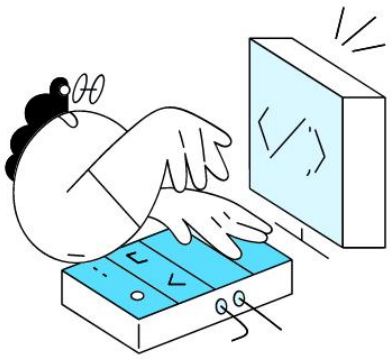
La véritable question n'est donc pas : “Comment supprimer la complexité ?”

Mais plutôt : **“Comment concevoir des systèmes complexes qui restent compréhensibles, maîtrisables et agréables à utiliser ?”**

C'est précisément cette question que ce livre blanc cherche à explorer.

②

Lire un système



Un produit peut être difficile à utiliser parce que ses données sont mal présentées. Un autre parce qu'il reflète des processus organisationnels devenus obsolètes. Un troisième parce qu'il oblige les utilisateurs à jongler entre plusieurs outils incompatibles.

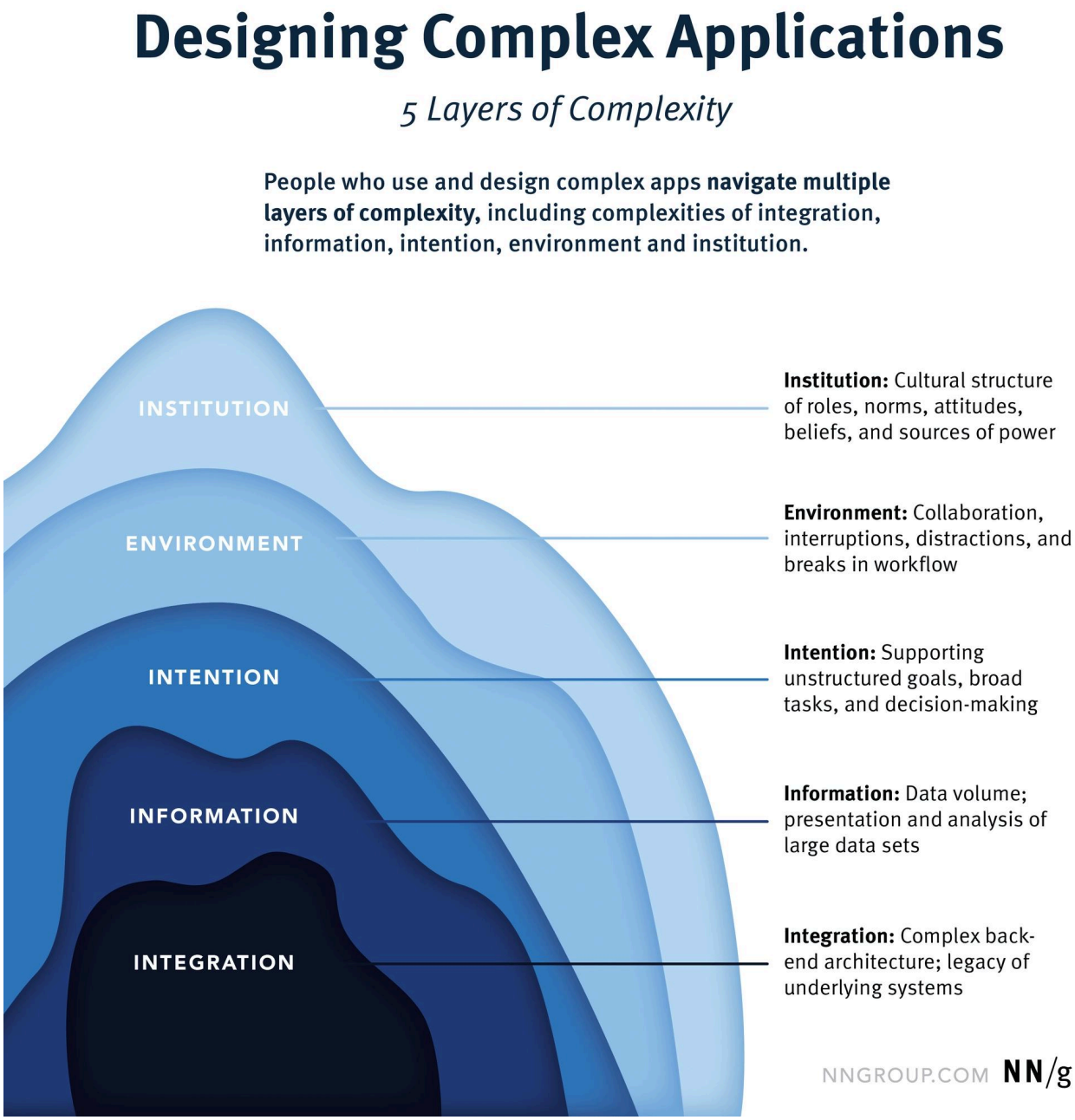
Ces problèmes peuvent produire les mêmes symptômes — confusion, erreurs, lenteur ou frustration — sans avoir la même origine.

Avant de chercher une solution, il faut donc apprendre à diagnostiquer la nature de la complexité.

Le **Nielsen Norman Group** propose un cadre particulièrement utile qui distingue **cinq couches de complexité**. Il ne s'agit pas du seul modèle existant, mais il présente un avantage majeur : chaque couche oriente vers un type de solution différent.

Les cinq couches de complexité

Selon le Nielsen Norman Group, les applications complexes reposent sur cinq couches de complexité.



Couche 1 — La complexité d'intégration

La première couche provient de l'architecture du système. Elle apparaît lorsque plusieurs applications, bases de données ou services doivent fonctionner ensemble sans avoir été conçus pour communiquer naturellement.

Pour l'utilisateur, cette complexité est souvent invisible. Il ne voit ni les API, ni les bases de données historiques, ni les contraintes techniques qui se cachent derrière l'interface.

En revanche, il en subit directement les conséquences : informations incohérentes selon les écrans, doubles saisies, synchronisations incomplètes, ruptures dans les workflows ou comportements imprévisibles lorsqu'il passe d'un outil à un autre.

Dans ce cas, **le problème ne vient pas de l'interface. Il trouve son origine dans l'écosystème technique qui la soutient.**

Couche 2 — La complexité de l'information

La deuxième couche concerne la manière dont les données sont présentées.

Le défi n'est pas la quantité d'informations disponible, mais la capacité du système à rendre ces informations compréhensibles.

Afficher deux cents lignes dans un tableau est relativement simple.

Permettre à un utilisateur d'identifier, en quelques secondes, l'information qui mérite son attention est beaucoup plus difficile.

Cette couche touche directement au rôle du design dans la prise de décision.

Une donnée brute n'a de valeur que si elle devient une information compréhensible, puis un insight exploitable, avant de conduire à une décision.

Le rôle du designer consiste donc à construire cette chaîne : **Données → Information→ Décision**

Chaque étape représente un véritable choix de conception.

Couche 3 — La complexité de l'intention

La plupart des méthodes UX décrivent les parcours utilisateurs comme une succession d'étapes. Pourtant, **dans de nombreux systèmes complexes, les utilisateurs ne suivent jamais un chemin linéaire.**

Ils explorent. Ils comparent plusieurs hypothèses. Ils interrompent leur travail pour répondre à une urgence. Ils reprennent une tâche plusieurs heures, voire plusieurs jours plus tard.

Cette couche rappelle que **le design ne doit pas uniquement guider les utilisateurs d'un point A à un point B.**

Il doit également leur permettre d'explorer, de revenir en arrière, de comparer plusieurs options et de reprendre facilement le fil de leur réflexion.

Concevoir pour l'intention, c'est concevoir pour **un travail réel, rarement linéaire.**

Couche 4 — La complexité de l'environnement

Les systèmes ne sont jamais utilisés dans des conditions idéales. Ils sont utilisés entre deux réunions. Au milieu de dizaines de notifications. Dans un open space. En visioconférence. Ou avec plusieurs applications ouvertes simultanément.

Cette complexité ne provient pas du système lui-même, mais du contexte dans lequel il est utilisé. Pourtant, elle influence directement l'expérience utilisateur.

Une application qui oublie le contexte lorsqu'un utilisateur revient après une interruption, qui déclenche des notifications inutiles ou qui oblige à recommencer une tâche interrompue augmente encore la charge cognitive.

À l'inverse, **un système capable de préserver le contexte, de hiérarchiser les interruptions et de faciliter la reprise d'activité aide l'utilisateur à maintenir sa concentration malgré un environnement fragmenté.**

Couche 5 — La complexité institutionnelle

La dernière couche est sans doute la moins visible, mais souvent la plus difficile à transformer. **Les applications complexes reflètent toujours une organisation humaine.** Elles héritent de ses hiérarchies, de ses processus, de ses règles de validation, de ses contraintes réglementaires et parfois même de ses habitudes les plus anciennes.

Un même produit peut être utilisé très différemment par un dirigeant, un expert métier ou un opérateur de terrain.

Ces différences ne concernent pas uniquement les fonctionnalités disponibles.

Elles traduisent des responsabilités, des niveaux d'accès, des objectifs et des façons de travailler différents.

Et parfois, améliorer l'expérience utilisateur suppose d'abord de remettre en question certaines règles de fonctionnement de cette organisation.

Les couches interagissent

Dans la réalité, **ces cinq couches n'apparaissent presque jamais de manière isolée.**

Un système peut sembler difficile à utiliser parce que son interface présente trop d'informations. En réalité, cette surcharge peut provenir d'une architecture technique fragmentée, d'un processus métier devenu trop complexe ou d'une organisation qui multiplie les validations.

Les symptômes sont souvent visibles dans l'interface.

Les causes, elles, se trouvent rarement à cet endroit.

C'est pourquoi un bon diagnostic précède toujours une bonne solution.

Avant de simplifier une interface, il faut comprendre quelle forme de complexité elle tente réellement de représenter.

Boîte à outils

L'Audit 8 heures

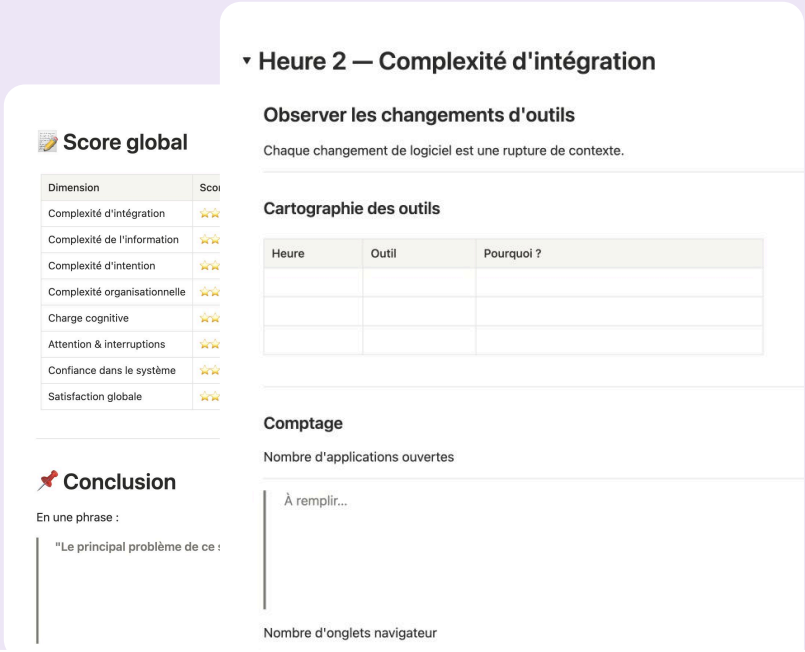
Une méthode d'observation pensée pour les applications complexes.

L'Audit 8 heures permet d'analyser une journée de travail à travers les cinq couches de complexité de la méthode Simplexité UX afin d'identifier les sources de charge cognitive, les frictions et les opportunités d'amélioration.

Cette ressource comprend :

- un guide d'observation ;
- une grille d'analyse ;
- des questions d'entretien ;
- un template prêt à l'emploi.

Télécharger gratuitement



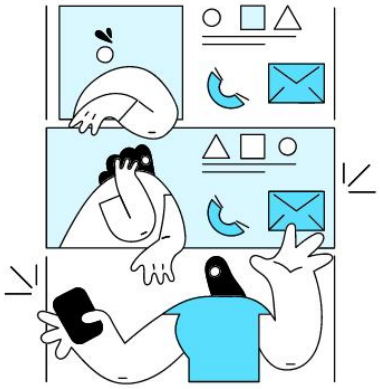
③

Concevoir des systèmes puissants

Six dimensions de conception

Les six dimensions qui suivent correspondent aux cinq couches de complexité identifiées dans la partie 2, auxquelles s'ajoute une sixième, consacrée à la durée de vie des systèmes. Pour chacune d'elles, je propose des approches concrètes, des exemples tirés de produits existants ainsi que les pièges les plus fréquents.

Dimension 1 L'intégration : accepter l'écosystème



“**L’utilisateur ne vit pas une application isolée : il vit une expérience de bout en bout.** C’est pourquoi il faut parfois passer de parcours utilisateurs limités à une seule application à des parcours transversaux, qui suivent réellement l’expérience complète : d’une page de pilotage à une application de gestion, puis à une application documentaire, avec des données cohérentes et des liens au bon endroit.

La fluidité de l’expérience dépend donc autant de l’interface que de la connectivité entre les outils et de la manière dont les équipes travaillent ensemble.”

Gianni POLITO
VP Design Manager @Crédit Agricole CIB

Face à la fragmentation des outils, la réponse instinctive consiste souvent à vouloir tout centraliser dans une seule application. C'est rarement la bonne réponse. Les écosystèmes d'outils existent pour des raisons historiques, organisationnelles et techniques qui ne disparaissent pas avec l'arrivée d'un nouveau produit. **La tentation de créer un “hub unique” aboutit souvent à une application gigantesque qui répond mal à tous les usages, plutôt que très bien à certains.**

Une approche plus efficace consiste à concevoir pour les transitions : **identifier les moments où l'utilisateur passe d'un outil à un autre et rendre ces transitions aussi fluides que possible.** Microsoft Power BI illustre bien cette logique : l'application permet de copier une visualisation directement sous forme d'image afin de l'intégrer dans un e-mail ou une présentation.

Power BI reconnaît que l'utilisateur ne travaille pas uniquement dans Power BI — et que faciliter ses transitions a plus de valeur que chercher à le retenir dans l'application.

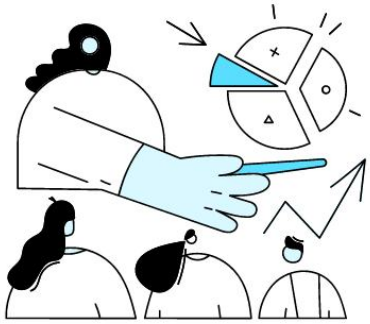
Mais l'intégration ne concerne pas seulement les outils. Elle concerne aussi la manière dont un système s'intègre dans le raisonnement de l'utilisateur, notamment lorsqu'il produit une recommandation.

“Le contexte joue également un rôle essentiel. Une recommandation seule ne suffit pas : **les utilisateurs doivent comprendre pourquoi elle est proposée**. En leur apportant davantage d'informations de contexte, ils peuvent choisir de suivre l'optimisation, de ne l'appliquer qu'en partie ou de la refuser, mais toujours en comprenant les raisons de cette recommandation.”

Manon LEVERRIER
Lead Product & CX Designer @Thales Green Operations

Autrement dit, concevoir l'intégration, ce n'est pas seulement connecter des applications. C'est aussi relier les outils, les données et les décisions dans une expérience cohérente.

Dimension 2
L'information : de la donnée à la décision



Dans les applications complexes, le problème n'est jamais l'absence de données. C'est leur abondance — et la difficulté de distinguer ce qui est important de ce qui relève du contexte, ce qui nécessite une action de ce qui est purement informatif. Le design doit construire une chaîne qui mène des données brutes jusqu'à la décision : **données → information → décision**. Chaque maillon de cette chaîne constitue un choix de conception.

Cette problématique apparaît également dans les systèmes d'aide à la décision conçus par Manon Leverrier pour les opérations aériennes. Pour elle, la complexité ne réside pas uniquement dans le volume de données disponible, mais dans la capacité à sélectionner celles qui apportent réellement de la valeur à l'utilisateur.

> “Les données constituent une part importante de cette complexité. Il faut savoir quelles données sont disponibles, lesquelles sont pertinentes, comment les traiter et, surtout, lesquelles présenter aux utilisateurs. **Comme dans tout projet de design, la vraie question n'est pas seulement de disposer des données, mais de décider quoi montrer et comment rendre ces données utiles à la prise de décision.”**
>
> Manon LEVERRIER
> Lead Product & CX Designer @Thales Green Operations

Cette sélection reste néanmoins l'un des arbitrages les plus délicats du Product Design. Réduire la quantité d'information ne signifie pas nécessairement améliorer l'expérience. Dans certains contextes, **le problème n'est pas qu'il y ait trop d'informations, mais que tous les utilisateurs ne travaillent pas avec les mêmes besoins ni les mêmes priorités.**

C'est particulièrement vrai dans les outils de gestion ou les applications fortement orientées données, où une même interface doit parfois répondre à plusieurs métiers ou niveaux d'expertise.

Comme le souligne Gianni Polito :

“(...) il ne faut pas confondre simplification et réduction excessive de l’information. Dans certains cas, la bonne décision consiste à donner aux utilisateurs les moyens d’adapter l’interface eux-mêmes, plutôt que de décider à leur place quelles informations doivent disparaître.

Un exemple très concret concerne les tableaux de données avec beaucoup d’informations à manipuler en même temps dans une application de gestion. Nous avons essayé plusieurs fois de prioriser avec les utilisateurs, mais nous nous sommes heurtés à un mur : pour eux, ces 17 colonnes étaient nécessaires.

La solution n’a donc pas été de choisir à leur place. Nous avons plutôt cherché une solution qui permette à chaque utilisateur de personnaliser son tableau : masquer certaines colonnes, configurer sa vue et simplifier lui-même son interface selon ses besoins.”

Gianni POLITO
VP Design Manager @Crédit Agricole CIB

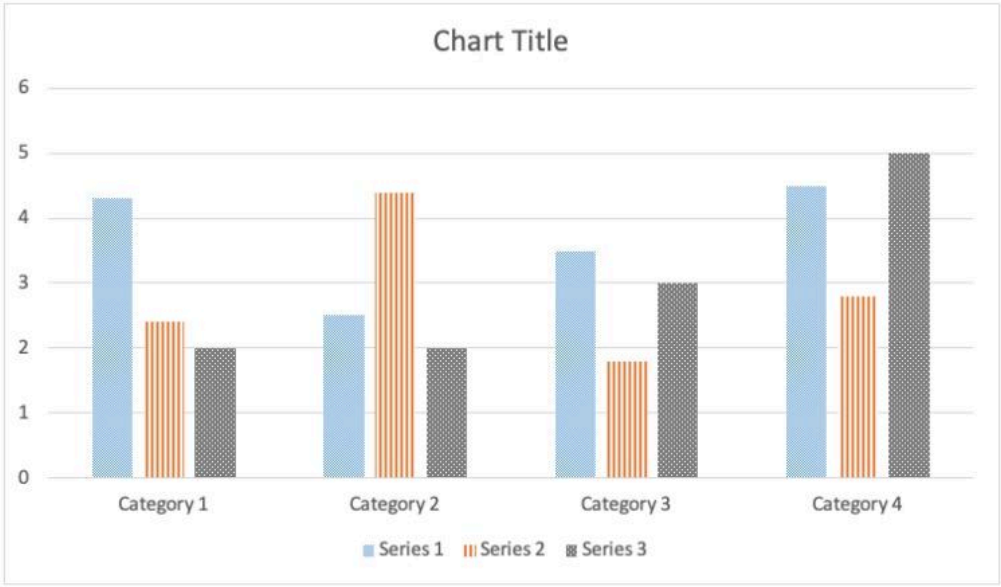
La hiérarchisation de l'information est le premier levier. L'utilisateur doit comprendre immédiatement ce qui est important, ce qui a changé et ce qui nécessite son attention. Les techniques classiques — contraste typographique, regroupement visuel, indicateurs de statut, mise en évidence des valeurs anormales — ne sont pas des décorations. Ce sont des outils cognitifs.

La question du choix de la visualisation est souvent sous-estimée. Un graphique en barres pour comparer des valeurs discrètes, une courbe pour montrer une évolution dans le temps, une heatmap pour représenter des densités : ces conventions existent parce qu'elles correspondent à des façons naturelles de percevoir les relations entre les données.

Un mauvais choix de visualisation peut créer davantage de confusion qu'un tableau brut bien structuré. Des ressources comme le **The Data Visualization Catalogue** ou **DataVizProject** sont utiles pour systématiser ces choix.

The Data Visualisation Catalogue

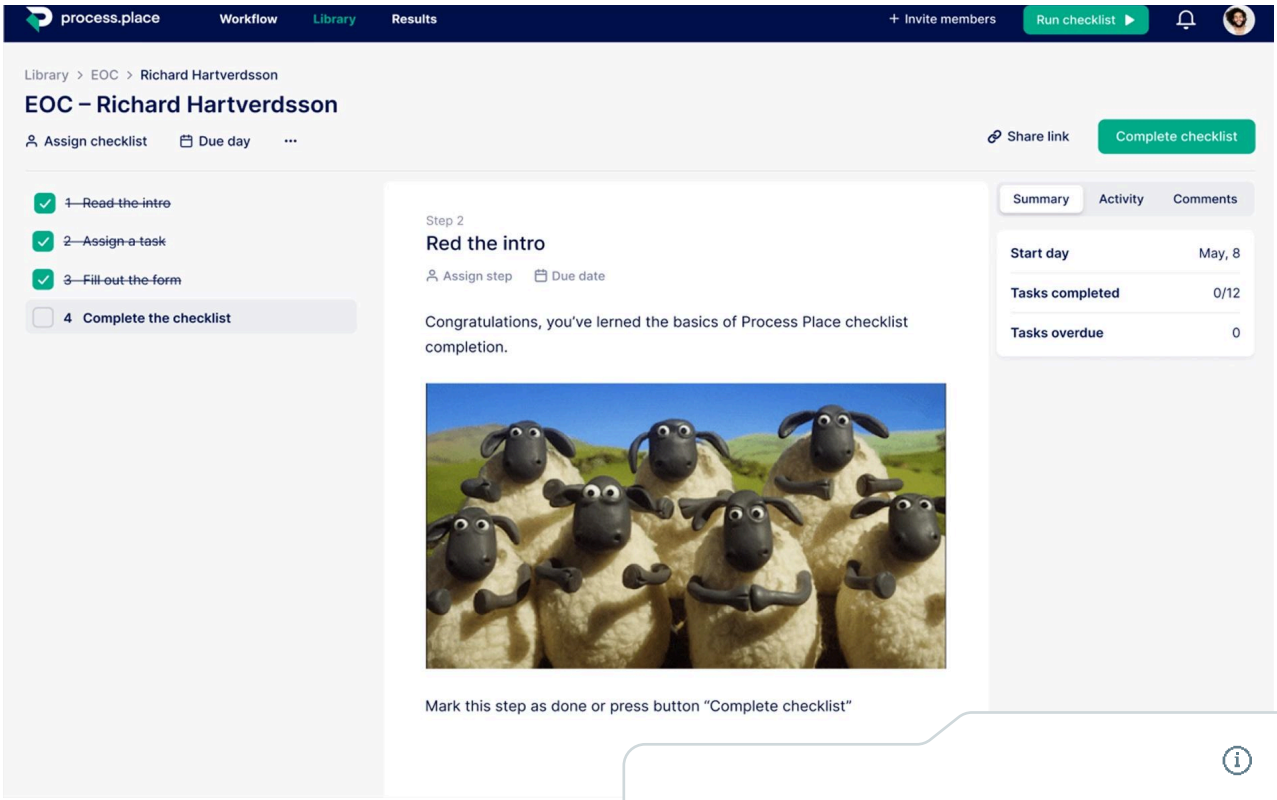
Un autre point mérite d'être intégré systématiquement : **l'accessibilité**. Environ un homme sur douze est atteint d'une forme de daltonisme (Color Blind Awareness). Une interface qui utilise uniquement la couleur pour distinguer des états ou signaler des anomalies sera partiellement incompréhensible pour une fraction non négligeable de ses utilisateurs. La bonne pratique consiste à associer la couleur à d'autres indices, comme des formes, des textures ou des libellés explicites.



Dimension 3
Les workflows : concevoir pour le mouvement réel

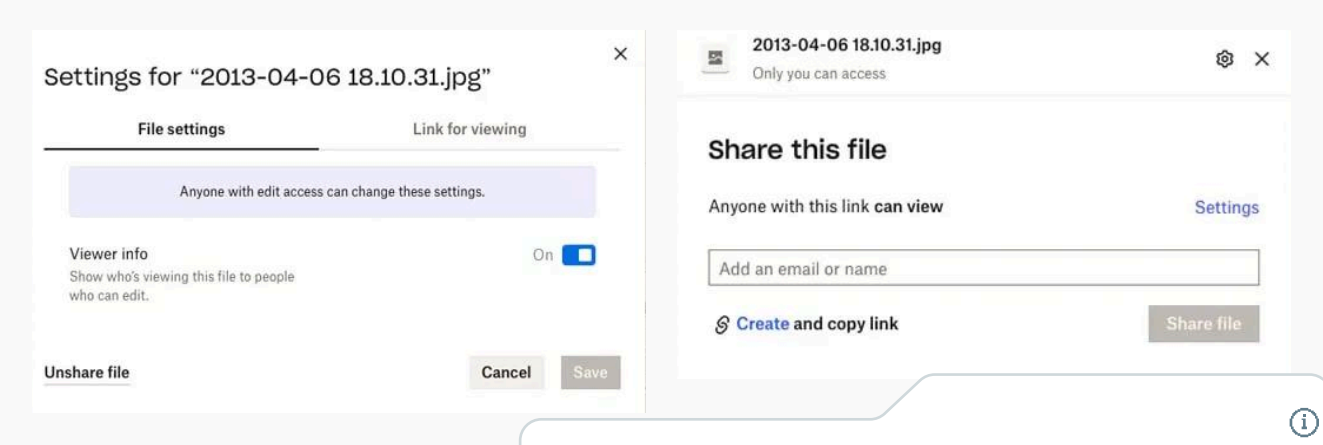
Dans les applications complexes, l'utilisateur ne suit pas un parcours prédéfini. Il revient en arrière, compare plusieurs informations avant de prendre une décision, interrompt une tâche pour en commencer une autre, puis reprend son travail là où il l'avait laissé deux jours plus tôt. Un formulaire en cinq étapes séquentielles constitue une bonne solution pour un processus réellement linéaire. C'est une mauvaise solution pour la plupart des workflows métiers.

Deux principes fondamentaux guident la conception de ces workflows complexes : **Le premier consiste à maintenir le contexte visible :** lorsqu'un utilisateur agit sur une donnée, il doit pouvoir consulter les informations connexes sans avoir à naviguer. Les sidebars persistantes, les vues en écran partagé (split-screen) ou les informations épinglées répondent toutes à cet objectif. Sans elles, l'utilisateur est contraint de mémoriser ce que l'interface aurait pu conserver sous ses yeux.



Exemple de maintien de la visibilité du statut lors d'un processus long : utilisation d'une barre latérale avec un indicateur d'étapes toujours visible.

Le deuxième principe est celui de **la divulgation progressive (progressive disclosure) :** révéler l'information progressivement, en commençant par l'essentiel et en donnant accès aux détails lorsqu'ils deviennent nécessaires. Cette approche permet de répondre à la fois aux besoins des novices, qui ne sont pas submergés dès le premier écran, et à ceux des experts, qui peuvent accéder rapidement au niveau de détail dont ils ont besoin.



Lorsque vous partagez un fichier sur Dropbox, l'écran affiche initialement un champ e-mail et un bouton “Partager le fichier”. En cliquant sur “Paramètres”, vous accédez aux autorisations avancées et aux options de partage du lien : un exemple classique de divulgation progressive conditionnelle.

La prise de décision mérite également une attention particulière. L'expérience du Jam (Iyengar & Lepper, 2000) a montré qu'un trop grand nombre d'options peut paralyser la décision plutôt que la faciliter. Dans les systèmes complexes, concevoir pour la décision implique **de réduire le nombre d'alternatives visibles simultanément, de proposer des comparaisons côte à côte et de mettre visuellement en évidence les différences entre les options.**

Dimension 4
L'attention : concevoir pour le calme

Chaque notification reçue consomme une partie de notre attention. Plusieurs études ont montré qu'après une interruption, même brève, il faut en moyenne plusieurs minutes pour retrouver un niveau de concentration équivalent. Dans un environnement de travail déjà fragmenté, chaque alerte non prioritaire représente donc un coût réel pour la productivité et la qualité du travail.

Cette question est particulièrement visible dans les environnements où les utilisateurs travaillent déjà sous une forte charge cognitive. On pourrait penser que des experts, comme des pilotes, préfèrent naturellement des interfaces très denses. Pourtant, l'expérience de terrain montre une réalité différente.

“Les pilotes utilisent depuis longtemps des outils très chargés visuellement. Au début du projet, **certains pensaient qu'il fallait reproduire cette densité d'information parce que les pilotes “aiment” ce type d'interface. En réalité, ils y sont surtout habitués.** Nous avons fait le choix inverse : **simplifier les informations au maximum**, car ils disposent déjà de nombreux outils. Le but n'était pas d'ajouter de la complexité, mais de leur apporter uniquement les informations dont ils avaient réellement besoin.”

Manon LEVERRIER
Lead Product & CX Designer @Thales Green Operations

Le concept de **Calm Technology**, introduit par Mark Weiser au Xerox PARC dans les années 1990 puis développé par Amber Case, pose une question qui reste plus actuelle que jamais : **comment concevoir des technologies qui informent sans monopoliser l'attention ?** L'idée est que les meilleurs outils restent à la périphérie de notre conscience jusqu'au moment où ils deviennent réellement nécessaires.

Pour les applications complexes, cela se traduit par une stratégie de **notification à plusieurs niveaux** : les alertes critiques justifient une notification immédiate ; les informations importantes peuvent être regroupées dans un digest consulté à des moments choisis ; enfin, les informations secondaires

ou administratives n'ont pas besoin de générer une notification et peuvent simplement être disponibles dans une boîte de réception. Cette hiérarchie doit rester configurable par l'utilisateur, car ce qui est critique pour un rôle peut être secondaire pour un autre.

Le design system joue également un rôle essentiel dans la gestion du calme. Un système de composants cohérent — dans lequel les mêmes patterns se comportent toujours de la même manière — **réduit la charge cognitive liée à l'apprentissage et à la mémorisation**. L'utilisateur n'a pas à se demander si un bouton fonctionne différemment d'un autre : il le sait déjà. **Cette cohérence constitue une forme de respect de son attention.**

Enfin, **concevoir des interfaces tolérantes** est peut-être l'une des actions les plus impactantes qu'un designer puisse entreprendre dans un contexte d'attention fragmentée. Les erreurs sont inévitables lorsque l'on travaille sous interruptions. **Les systèmes doivent permettre d'annuler, de corriger ou de revenir en arrière sans pénalité.** Par défaut, il vaut mieux éviter les actions immédiatement destructives et n'introduire **une légère friction — confirmation, délai d'envoi, validation supplémentaire — que lorsque le risque le justifie.**

Dimension 5
L'organisation : concevoir pour les structures humaines

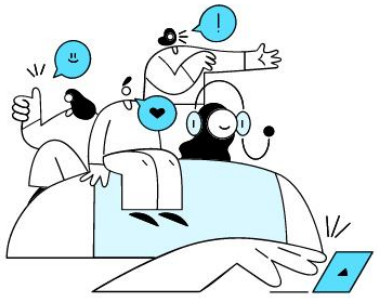
Concevoir pour les organisations implique d'abord de **comprendre leur diversité** : quels sont les différents rôles ? Quelles sont leurs responsabilités ? Quelles informations doivent-ils voir — et lesquelles n'ont pas besoin de leur être présentées ? L'architecture en couches est un pattern particulièrement efficace pour répondre à cette problématique.

Mais concevoir pour les organisations va bien au-delà de la gestion des rôles. Comme l'explique Baptiste Lemoigne, les systèmes sont le reflet d'une histoire organisationnelle qu'il faut d'abord comprendre avant de vouloir la transformer.

"La transformation digitale est **autant un travail sur les organisations qu'un travail sur les outils**. Dans beaucoup d'entreprises, certaines façons de travailler existent depuis tellement longtemps qu'elles ne sont plus remises en question. Une règle a été créée à un moment donné pour résoudre un problème précis — mais elle continue à structurer les pratiques des années plus tard. **Faire évoluer ces mécanismes demande du temps, de nombreux ateliers et beaucoup de discussions avec les parties prenantes.**"

Baptiste LEMOIGNE
Lead Designer UX/UI @Thales

Cette réalité ne se limite pas aux processus internes. Elle s'observe également dans la manière dont les utilisateurs s'approprient un produit. Au-delà de l'interface, **les habitudes professionnelles, la formation et la culture influencent directement l'adoption d'un système.**



“Cette adoption **dépend aussi fortement de la culture professionnelle.** [...] Il y a aussi **des croyances personnelles**, selon le moment où ils sont allés à l'école, ce qu'on leur a inculqué, ce qu'ils ont appris au cours de leur vie de pilote.”

Manon LEVERRIER
Lead Product & CX Designer @Thales Green Operations

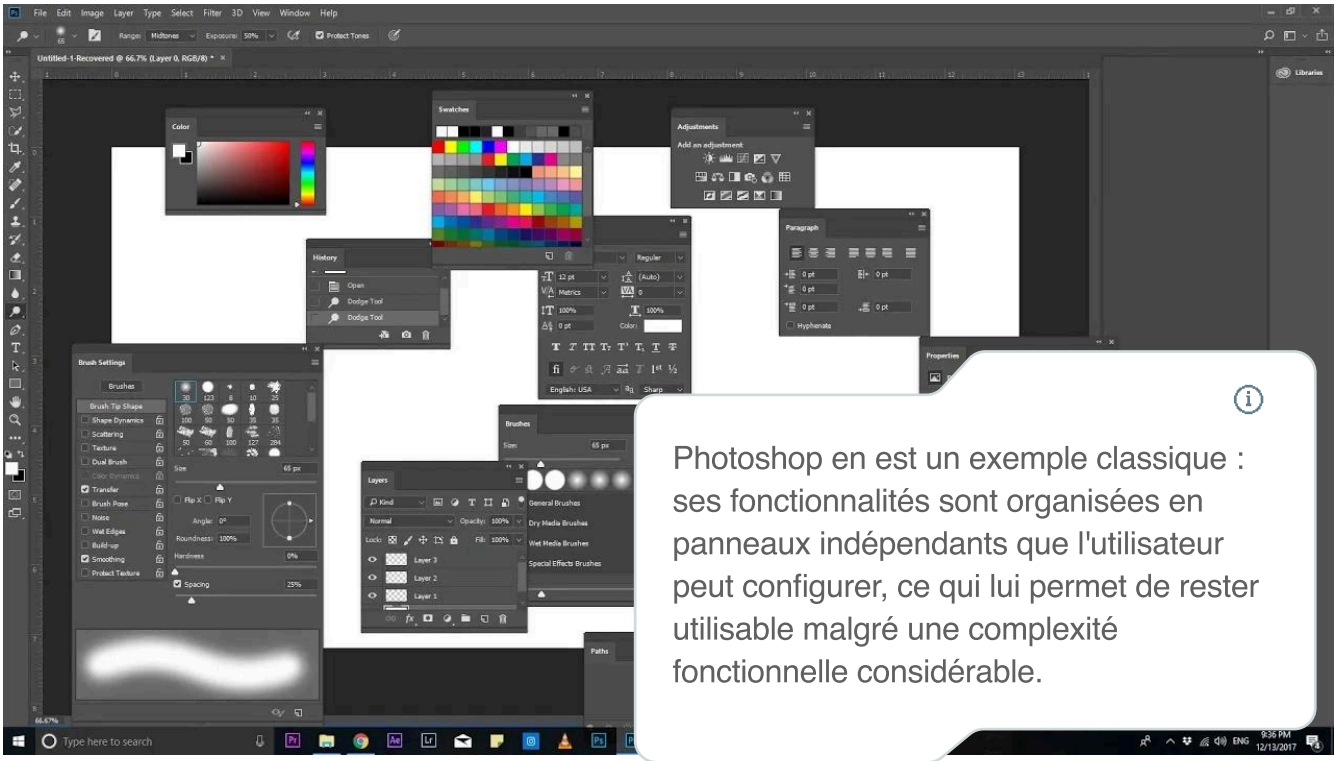
Ces deux regards se complètent. Comprendre les workflows organisationnels ne suffit pas ; il faut aussi comprendre les mécanismes humains qui les maintiennent. Cette compréhension permet de distinguer ce qui peut évoluer de ce qui ne le peut pas, et de concevoir en conséquence.

Dimension 6
L'évolution : concevoir des systèmes qui grandissent

> “Le Product Design ne se limite pas au lancement d’une nouvelle fonctionnalité. **Il implique aussi de suivre le produit dans le temps, d’en mesurer l’usage, d’arbitrer son évolution et parfois de décider ce qu’il faut retirer.**”
>
> Gianni POLITO
> VP Design Manager @Crédit Agricole CIB

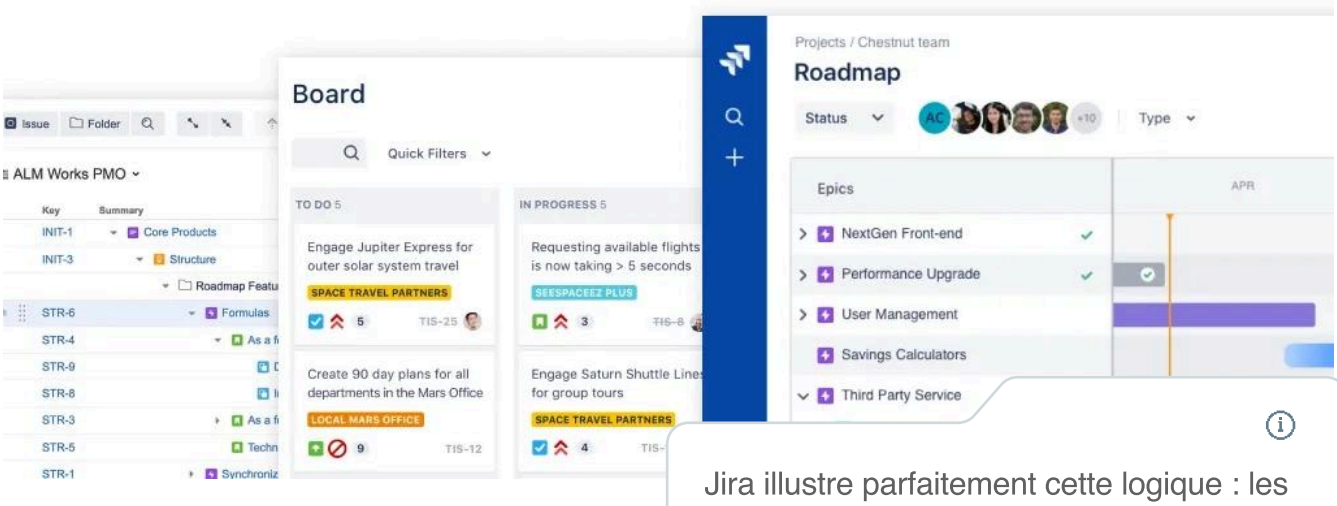
Les applications complexes ont une longue durée de vie. Une plateforme SaaS B2B devenue centrale dans les opérations d'une entreprise sera enrichie, adaptée et modifiée en permanence, sans jamais réellement repartir de zéro. Dans ce contexte, une interface ne peut pas être pensée comme un objet figé. **Elle doit être conçue comme un système évolutif.**

La première condition d'une évolution saine est **la modularité.** Un design system permet d'organiser l'interface en composants réutilisables : **les nouvelles fonctionnalités s'intègrent dans un langage visuel existant, la cohérence est préservée même lorsque plusieurs designers travaillent simultanément sur le produit, et les évolutions s'appuient sur des patterns déjà établis.**



Photoshop en est un exemple classique : ses fonctionnalités sont organisées en panneaux indépendants que l'utilisateur peut configurer, ce qui lui permet de rester utilisable malgré une complexité fonctionnelle considérable.

La deuxième condition consiste à r**endre le système flexible plutôt que simplement simple.** La complexité du système est réelle, mais elle reste accessible à la demande plutôt qu'imposée.



Jira illustre parfaitement cette logique : les mêmes informations peuvent être visualisées sous forme de tableau Kanban, de liste, par assignation ou encore sous forme de roadmap. Chaque utilisateur configure son environnement selon sa manière de travailler.

Le concept de **dette UX** mérite d'être pris aussi au sérieux que celui de dette technique. **Chaque ajout peut sembler justifié pris isolément, mais leur accumulation finit par créer un déficit de cohérence globale qui rend le produit plus difficile à comprendre, à maintenir et à faire évoluer.** Gérer cette dette, c'est la reconnaître, la mesurer et arbitrer consciemment, plutôt que laisser l'accumulation décider à la place de l'équipe.

Avec l'IA, il est désormais possible de produire des interfaces et des prototypes beaucoup plus rapidement. **Mais cette accélération peut aussi générer une forme de dette UX invisible**, comme le souligne Baptiste Lemoigne, lorsque l'IA tend à ajouter des fonctionnalités sans remettre en question leur nécessité :

“Les interfaces générées sont souvent séduisantes visuellement, **mais elles manquent encore de cohérence à l'échelle d'un produit complet.** Elles ne prennent pas toujours en compte les contraintes métier, les parcours utilisateurs ou les spécificités des différents profils d'utilisateurs. Dans ce cas, **on risque d'ajouter des fonctionnalités, des écrans et de la complexité au lieu de simplifier le système.”**

Baptiste LEMOIGNE
Lead Designer UX/UI @Thales

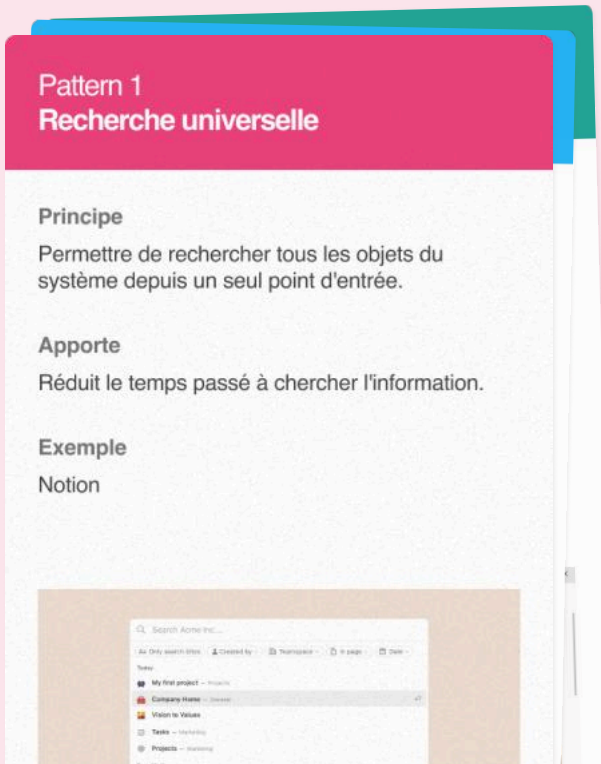
Boîte à outils

Les 30 patterns de conception

Une bibliothèque de solutions inspirées des meilleures applications métiers et plateformes SaaS.

Chaque pattern présente le problème rencontré, le principe de conception associé, les bénéfices pour les utilisateurs et un exemple concret issu de produits tels que Jira, Figma, GitHub, Power BI, Salesforce ou Notion.

Télécharger gratuitement



Boîte à outils

Les 12 Cartes de Décision Produit

Un outil d'aide à la décision pour répondre rapidement aux questions les plus fréquentes rencontrées en Product Design.

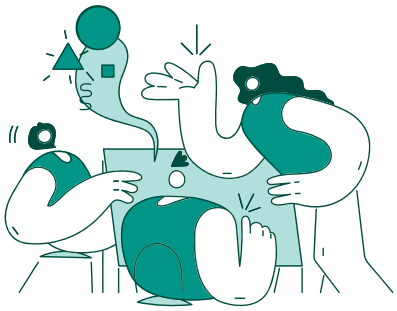
Chaque carte présente une situation concrète, le raisonnement recommandé et les patterns de conception associés.

Elles peuvent être utilisées en atelier, lors d'une revue de design ou comme support de discussion au sein d'une équipe produit.

Télécharger gratuitement

Boîte à outils

La Checklist Simplexité UX



Un dernier contrôle avant la mise en production.

Cette checklist rassemble quarante points de vérification couvrant les principales dimensions de la conception : architecture de l'information, charge cognitive, accessibilité, navigation, gestion des erreurs, collaboration, évolutivité et cohérence globale du système.

Elle peut être utilisée lors d'une Design Review, d'un audit UX ou avant une livraison afin de sécuriser les décisions de conception et d'améliorer durablement la qualité du produit.

Télécharger gratuitement

④

Au-delà de la simplexité

La conception d'un système complexe n'est jamais l'œuvre d'un seul designer, aussi talentueux soit-il. Elle est le résultat d'une conversation entre le design, la technique, le métier et l'organisation. Cette partie donne la parole à trois professionnels qui naviguent cette complexité au quotidien, dans des contextes très différents.

Complexité technique, dette UX et enjeux de l'IA dans la transformation digitale

Baptiste LEMOIGNE
Lead UX/UI @Thales

Fort de plus de vingt ans d'expérience dans le design, Baptiste LEMOIGNE partage son regard sur la conception d'applications métiers dans des projets de transformation digitale. Il revient sur les défis liés aux environnements fortement réglementés, aux systèmes hérités (legacy systems), ainsi que sur les enjeux émergents autour de la dette UX et de l'intelligence artificielle.

Dans le livre blanc, je m'appuie notamment sur le modèle des 5 couches de complexité du Nielsen Norman Group. Quel regard portes-tu sur ce cadre ? Est-ce qu'il reflète la réalité des projets que tu as pilotés ? Y a-t-il selon toi une forme de complexité importante qui n'y apparaît pas ?

Globalement, ce cadre reflète assez bien la réalité des projets sur lesquels nous travaillons. Chez Thales, les dimensions qui ressortent le plus sont probablement l'intégration et l'information.

Nous travaillons dans des environnements où les données sont sensibles, où les contraintes de stockage, de sécurité et de restitution sont importantes. Ces contraintes ont un impact direct sur ce qu'il est possible de concevoir et sur la manière dont l'information peut être présentée aux utilisateurs.

L'une des difficultés que je rencontre souvent est que la complexité technique reste parfois invisible dans les modèles théoriques. En conception, il est facile d'imaginer une interface ou une visualisation qui répond parfaitement à un besoin utilisateur. Mais lorsque l'on confronte cette idée à la réalité technique, on découvre parfois qu'elle n'est tout simplement pas réalisable, ou alors à un coût disproportionné.

Sur les programmes de transformation digitale auxquels tu as participé, où se situait réellement la complexité : dans les outils, dans les processus métier, dans l'organisation, dans la technologie... ou ailleurs ?

Avec l'expérience, je dirais que la complexité se situe beaucoup moins dans les outils que dans les organisations. Bien sûr, il existe des contraintes techniques ou réglementaires importantes. Dans des groupes comme Thales, il faut respecter de nombreuses règles liées à la sécurité, à la conformité ou aux processus industriels.

Mais les difficultés les plus importantes viennent souvent d'ailleurs.

Dans beaucoup d'entreprises, certaines façons de travailler existent depuis tellement longtemps qu'elles ne sont plus remises en question. Une règle a été créée à un moment donné pour résoudre un problème précis, ou a été imposée par une personne qui n'est parfois même plus présente dans l'organisation. Pourtant, elle continue à structurer les pratiques des années plus tard.

Lorsque nous menons des projets de transformation, une partie importante du travail consiste à identifier ces croyances et ces habitudes pour comprendre si elles ont encore du sens aujourd'hui.

C'est probablement l'un des exercices les plus difficiles.

Faire évoluer ces mécanismes demande du temps, de nombreux ateliers et beaucoup de discussions avec les parties prenantes. Il ne suffit pas d'expliquer qu'une règle est contraignante. Il faut démontrer concrètement son impact sur le produit, sur les délais de développement ou sur les coûts.

Et parfois, même lorsque nous savons qu'une règle n'est plus pertinente, nous devons continuer à vivre avec elle parce qu'il n'est pas possible de la faire évoluer immédiatement.

La transformation digitale est donc autant un travail sur les organisations qu'un travail sur les outils.

As-tu déjà vécu un déploiement où les effets observés étaient très différents de ceux qui avaient été anticipés ? Qu'est-ce que cette expérience t'a appris sur la conception des applications métiers ?

Je pense que ce type de situation arrive surtout lorsque la conception est réalisée de manière isolée.

Lorsqu'un designer produit une maquette puis transmet son travail à une équipe de développement sans véritable collaboration, il existe toujours un risque d'écart entre l'intention initiale et le résultat final.

Dans mon expérience, nous avons toujours travaillé

de manière très intégrée. Cela fait plus de vingt ans que je participe à des projets où les développeurs, les designers, les métiers et les autres parties prenantes collaborent tout au long du processus.

Dans ce contexte, les surprises sont beaucoup plus rares.

Lorsque tout le monde participe aux réflexions dès le départ, les contraintes sont connues, les arbitrages sont partagés et les décisions sont prises collectivement.

À l'inverse, lorsqu'une maquette est conçue sans dialogue avec les équipes qui devront ensuite la réaliser, les risques augmentent fortement.

Cette expérience m'a surtout confirmé qu'un bon produit est avant tout le résultat d'un travail collectif. Ce n'est jamais la production d'une seule personne.

Depuis que tu es passé du rôle de designer à celui de manager, ta définition d'un bon produit a-t-elle changé ? Quels arbitrages prends-tu aujourd'hui que tu ne percevais pas forcément lorsque tu étais designer ?

Je ne pense pas que ma définition d'un bon produit ait réellement changé.

En revanche, ma perception des contraintes a beaucoup évolué.

Aujourd'hui, je gère des équipes. Je connais leur charge de travail. Je participe au cadrage des projets. Je suis davantage exposé aux questions de coûts, de délais et de capacité de livraison.

Lorsque j'étais designer, je pouvais me concentrer principalement sur la qualité de la solution. Aujourd'hui, je dois aussi prendre en compte les ressources nécessaires pour la produire.

Je sais combien coûte un projet. Je sais ce que représente une semaine de travail supplémentaire. Je sais quels arbitrages doivent être réalisés lorsqu'un budget ou un planning est contraint.

Cela ne change pas les principes de conception, mais cela influence la manière dont nous organisons le travail.

Un projet qui dispose d'une semaine de conception ne sera pas abordé de la même manière qu'un projet qui dispose de plusieurs mois. Il faut adapter la démarche au contexte sans perdre de vue l'objectif final.

Dans un environnement complexe, comment décides-tu qu'un produit est “suffisamment bon” pour être livré ? Quels compromis acceptes-tu, et lesquels refuses-tu systématiquement ?

Pour moi, cette décision repose principalement sur la définition du MVP.

Lorsque le périmètre défini avec le Product Owner est atteint et que les besoins essentiels sont couverts, nous pouvons considérer que le produit est prêt à être livré.

En revanche, il existe certains compromis que je refuse. Le principal concerne l'accès aux utilisateurs. Si l'on me demande de concevoir un produit sans pouvoir échanger avec les utilisateurs ou comprendre leurs besoins réels, c'est un no-go. Ce risque est beaucoup trop important.

À l'inverse, je peux accepter certains compromis sur l'interface ou sur la qualité visuelle à court terme.

Dans les applications métiers internes, la priorité reste de résoudre le problème utilisateur. Une interface légèrement dégradée peut être améliorée plus tard. En revanche, une fonctionnalité qui ne répond pas au besoin réel est beaucoup plus problématique.

L'objectif reste toujours de délivrer quelque chose qui apporte une valeur concrète à l'utilisateur, que ce soit en temps gagné, en efficacité ou en qualité de travail.

On parle souvent de dette technique. Penses-tu qu'il existe également une dette UX ou une dette d'expérience ? Si oui, comment se manifeste-t-elle dans les organisations et quels en sont les coûts cachés ?

Oui, cette dette existe clairement.

Elle peut prendre plusieurs formes.

On peut parler de dette UX lorsque certaines décisions sont prises rapidement et finissent par dégrader progressivement l'expérience utilisateur.

On peut également parler de dette UI lorsqu'un design system n'est plus maintenu ou lorsque les interfaces vieillissent sans être mises à jour. Après plusieurs années, certaines solutions continuent à fonctionner mais ne répondent plus aux standards actuels ni aux attentes des utilisateurs.

La dette peut aussi apparaître au niveau de la cohérence globale du produit. Chaque ajout semble justifié individuellement, mais l'accumulation finit par produire une expérience plus difficile à comprendre et à maintenir.

Comme pour la dette technique, l'important est d'être conscient de son existence et de pouvoir justifier les compromis réalisés.

Beaucoup de promesses sont faites autour de l'IA. Selon toi, va-t-elle réellement aider à réduire la complexité des systèmes, ou risque-t-elle au contraire d'en créer de nouvelles ?

Aujourd'hui, les outils d'intelligence artificielle sont capables de produire des interfaces extrêmement rapidement. Dans certains cas, ils peuvent générer en quelques minutes des propositions qui prendraient beaucoup plus de temps à réaliser manuellement.

Mais cette rapidité ne garantit pas la qualité du résultat.

Les interfaces générées sont souvent séduisantes visuellement, mais elles manquent encore de cohérence à l'échelle d'un produit complet. Elles ne prennent pas toujours en compte les contraintes métier, les parcours utilisateurs ou les spécificités des

différents profils d'utilisateurs. Dans ce cas, on risque d'ajouter des fonctionnalités, des écrans et de la complexité au lieu de simplifier le système.

Le risque principal est là.

Nous pouvons facilement produire des interfaces très belles, très riches fonctionnellement, mais qui n'ont jamais été confrontées au besoin réel.

Je pense notamment aux situations où l'on utilise l'IA pour générer rapidement des solutions sans avoir suffisamment challengé le problème à résoudre.

Dans ce cas, on risque d'ajouter des fonctionnalités, des écrans et de la complexité au lieu de simplifier le système.

Pour moi, la valeur du designer reste donc essentielle. Comprendre le métier, comprendre les utilisateurs, construire une cohérence globale et arbitrer les besoins sont des activités qui restent aujourd'hui profondément humaines.

Concevoir la confiance dans les décisions en opérations aériennes : le low-tech au service d'un design durable

Manon LEVERRIER
Lead Product & CX Designer @Thales Green Operations

Manon conçoit des solutions d'optimisation de vol destinées aux pilotes et aux dispatchers. En recommandant des trajectoires ou des niveaux de vol plus efficaces, ces outils contribuent à réduire la consommation de carburant et l'impact environnemental des vols. Son expérience dans un secteur fortement réglementé apporte un éclairage précieux sur la confiance, la culture professionnelle et la conception d'interfaces où la simplicité est un choix délibéré, et non une simplification excessive.

Dans les opérations aériennes, qu'est-ce qui est réellement complexe : l'outil, les données, les décisions ou l'environnement opérationnel ?

Pour moi, la complexité vient avant tout de l'environnement dans son ensemble. Il faut composer simultanément avec les enjeux de sécurité, les contraintes techniques, les exigences réglementaires et les besoins des utilisateurs.

Les données constituent également une part importante de cette complexité : il faut savoir quelles données sont disponibles, lesquelles sont pertinentes, comment les traiter et, surtout, lesquelles présenter aux utilisateurs. Comme dans tout projet de design, la vraie question n'est pas seulement de disposer des données, mais de décider quoi montrer et comment les rendre utiles à la prise de décision.

Comment construit-on la confiance dans un outil d'optimisation destiné aux pilotes et aux dispatchers ?

La confiance repose d'abord sur la cohérence avec les autres outils utilisés au quotidien. Si notre système produit des recommandations qui semblent déconnectées du reste de leur environnement de travail, elles seront rapidement remises en question.

Le contexte joue également un rôle essentiel. Une recommandation seule ne suffit pas : les utilisateurs doivent comprendre pourquoi elle est proposée. En leur apportant davantage d'informations de contexte, ils peuvent choisir de suivre l'optimisation, de ne l'appliquer qu'en partie ou de la refuser, mais toujours en comprenant les raisons de cette recommandation.

La marque participe aussi à cette confiance. Lorsqu'ils savent que l'outil est développé par Thales et fonctionne en complément du FMS embarqué, ils accordent davantage de crédibilité aux recommandations.

Il existe d'ailleurs une différence intéressante entre un outil d'optimisation et le contrôle aérien. Les instructions du contrôle aérien sont suivies parce qu'elles font autorité. À l'inverse, un système d'aide à la décision ne peut pas s'appuyer sur cette autorité : il doit construire la confiance en donnant suffisamment de contexte à ses utilisateurs.

As-tu déjà choisi de laisser volontairement de la complexité visible dans une interface ?

Pas vraiment.

Les pilotes utilisent depuis longtemps des outils très chargés visuellement. Au début du projet, certains pensaient qu'il fallait reproduire cette densité d'information parce que les pilotes “aiment” ce type d'interface. En réalité, ils y sont surtout habitués.

Notre démarche a été différente. Nous avons fait le choix inverse : simplifier les informations au maximum, car ils disposent déjà de nombreux outils. Le but n'était pas d'ajouter de la complexité, mais de leur apporter uniquement les informations dont ils avaient réellement besoin. Pour les pilotes, nous envoyons uniquement les éléments indispensables : le niveau de vol recommandé, la position concernée, puis le gain estimé en carburant et en temps. Pour les dispatchers, nous regroupons les informations utiles — données météo, vue verticale, carte — sans leur imposer davantage de complexité.

Qu'est-ce qui change lorsqu'on conçoit pour des experts comme des pilotes ou des dispatchers ?

La première différence concerne les contraintes réglementaires. Lorsqu'un produit s'intègre

directement dans un système certifié, chaque élément est soumis à des exigences très strictes. Dans notre cas, nous avons fait le choix de développer un service externe, ce qui nous donne davantage de liberté de conception.

En revanche, cette liberté implique une autre responsabilité : construire la confiance des utilisateurs. Si les recommandations sont incohérentes ou peu fiables, les pilotes perdent rapidement confiance dans le système. Une fois cette confiance perdue, l'adoption chute rapidement.

Cette adoption dépend aussi fortement de la culture professionnelle. En France, les pilotes gardent une grande autonomie dans leurs décisions. Dans d'autres pays, notamment en Asie, les recommandations de la compagnie sont généralement suivies de façon beaucoup plus systématique.

Il y a aussi des croyances personnelles, selon le moment où ils sont allés à l'école, ce qu'on leur a inculqué, ce qu'ils ont appris au cours de leur vie de pilote. Certains ne veulent pas voler trop haut parce qu'ils ont peur de prendre des coups de soleil.

Quelle découverte de terrain t'a le plus surprise ?

La première fois que je suis entrée dans un centre de contrôle aérien, à Aix-en-Provence, j'ai été surprise de découvrir le fonctionnement des “flight strips” : chaque avion est représenté par une fiche imprimée qui circule physiquement entre les contrôleurs au fur et à mesure de sa progression. On imagine souvent ces environnements comme extrêmement technologiques, alors qu'ils reposent parfois sur des dispositifs très simples, mais extrêmement fiables.

Cette expérience m'a rappelé que les utilisateurs ne recherchent pas nécessairement la technologie la plus sophistiquée. Ils veulent avant tout un outil fiable, compréhensible et sécurisé.

Comment rendre visible l'impact environnemental sans augmenter la charge cognitive ?

Les pilotes sont déjà confrontés à une quantité considérable d'informations. Gérer cette complexité fait partie de leur métier.

En tant que designer, mon objectif était donc d'apporter une information supplémentaire tout en simplifiant leur expérience de travail.

C'est pour cette raison que nous avons privilégié une solution volontairement sobre. Dans les centres de contrôle opérationnels, les dispatchers travaillent souvent avec plusieurs écrans et de nombreux logiciels ouverts simultanément. Notre objectif n'était pas d'ajouter une source supplémentaire de distraction, mais de les notifier uniquement lorsqu'une information présente une réelle valeur opérationnelle.

Le design peut-il encourager des comportements plus durables ?

Oui, mais pas nécessairement en parlant de développement durable.

Tout dépend des informations que l'on choisit d'afficher et de la manière dont on les présente.

Tout au long du projet, nous avons mis en place un questionnaire permettant aux pilotes de partager leurs retours après chaque vol. Cette démarche nous a permis d'identifier des problèmes très concrets, comme des notifications qui arrivaient quelques minutes trop tard. Sans cette recherche continue, ces détails auraient probablement limité l'adoption du service.

Nous avons également constaté que le développement durable n'était pas la principale motivation des pilotes.

Leur priorité reste la sécurité, la gestion des situations complexes et l'efficacité opérationnelle. L'économie de carburant est perçue avant tout comme une économie pour la compagnie aérienne.

C'est précisément là que le design peut jouer un rôle. Il ne s'agit pas uniquement de convaincre les utilisateurs de poursuivre un objectif environnemental, mais de comprendre ce qui les motive réellement et d'aligner ces motivations avec un impact positif. Dans notre cas, parler d'économies de carburant favorise naturellement des comportements plus durables, sans que cet argument soit présenté comme le principal objectif.

IA, complexité et influence : comment le rôle du designer évolue dans les systèmes complexes

Gianni POLITO
VP Design Manager @ Crédit Agricole CIB

Fort de plus de 15 ans d'expérience en design UX/UI, Gianni Polito partage sa vision de l'évolution du rôle du designer : moins centré sur la production d'écrans, davantage impliqué dans le cadrage, l'alignement des équipes, la prise de décision et l'accompagnement des produits dans la durée. Il revient également sur la complexité des applications métiers, l'accès aux utilisateurs, l'impact de l'IA générative et les sujets encore trop peu abordés par la communauté design.

Comment définiriez-vous aujourd'hui le rôle du design dans une organisation complexe comme Crédit Agricole CIB ?

Dans les applications métiers complexes, avec des parcours non linéaires, des données sensibles, des contraintes techniques fortes et plusieurs outils connectés entre eux, le design se situe à l'intersection des besoins métier, des objectifs business, de la faisabilité technique et de l'expérience utilisateur.

Je trouve que le métier évolue de plus en plus d'un rôle de production vers un rôle d'influence. Avant, on attendait surtout du designer qu'il produise des maquettes pour le développement. Aujourd'hui, l'enjeu est d'intervenir plus tôt dans les projets pour aider à cadrer les décisions, questionner l'utilité de certaines applications et poser les bonnes bases dès le départ : design system, accessibilité, logique de parcours et cohérence globale.

Le design sert aussi à faciliter la discussion entre les parties prenantes. Dans certaines réunions, les personnes se parlent mais ne se comprennent pas toujours. Chacun arrive avec sa propre vision du problème. Le design permet alors de modéliser plusieurs options, de rendre les possibilités concrètes, de comparer les avantages et les inconvénients, puis de créer une base commune pour la décision.

Qu'est-ce qui a le plus changé dans votre pratique du design ces cinq dernières années ?

La première grande évolution est que les designers travaillent moins de manière isolée. Aujourd'hui, on voit davantage émerger des communautés design et des équipes qui se parlent, partagent leurs pratiques et construisent une cohérence commune. Cette évolution permet de progresser sur des sujets transverses comme le design system, le Design Ops, l'accessibilité ou les métriques.

La deuxième évolution concerne la maturité du métier. Aujourd'hui, beaucoup de designers savent produire des interfaces propres dans Figma. Ce n'est plus suffisant. Les sujets deviennent plus complexes : comprendre les besoins, rencontrer les utilisateurs, construire des parcours cohérents, livrer des éléments compatibles avec les attentes des développeurs et intervenir dans des organisations plus exigeantes.

Enfin, l'IA générative transforme déjà certaines pratiques. Elle permet de gagner du temps sur l'analyse de données, la retranscription d'entretiens, la synthèse de verbatims, la génération de contenu réaliste ou l'exploration de formulations. Elle peut aussi servir de partenaire de réflexion. Cette évolution pousse les designers à ne plus se définir seulement comme des exécutants : ils doivent comprendre le problème, cadrer, arbitrer, challenger et utiliser ces outils pour accélérer leur travail sans perdre la qualité de réflexion.

Selon vous, quelles sont les formes de complexité les plus difficiles à adresser dans les produits métiers ?

Pour moi, l'une des complexités les plus difficiles reste l'accès aux utilisateurs. Les raisons avancées sont souvent les mêmes : les utilisateurs n'ont pas le temps, il ne faut pas les déranger, ou il faut passer par des intermédiaires. Mais c'est une bombe à retardement. Plus on prend des décisions à la place des utilisateurs, plus on risque de construire quelque chose de déconnecté de leur réalité.

Parfois, ces barrières sont créées par les projets eux-mêmes. On pense que les utilisateurs ne seront pas disponibles, alors qu'en réalité, lorsqu'on leur montre

quelque chose de concret, ils sont souvent intéressés et peuvent même demander à participer davantage.

Dans certains cas, notamment avec des clients externes, l'accès direct est plus compliqué pour des raisons contractuelles ou politiques. Il faut alors utiliser d'autres sources : données d'usage, questionnaires de satisfaction, retours indirects.

Pour les utilisateurs internes, il est important de distinguer les utilisateurs et les clients, puis d'aller chercher la réalité terrain pour confirmer ou infirmer les hypothèses. Le client, celui qui finance ou porte le besoin, n'est pas forcément celui qui utilise le produit au quotidien. Dans mon cas, les business owners portent une connaissance métier précieuse. Leur avis peut être utile, mais aussi biaisé ou incomplet.

Avez-vous un exemple où simplifier l'interface aurait été une mauvaise décision ?

Oui. Dans les applications métiers, il ne faut pas confondre simplification et réduction excessive de l'information. Dans certains cas, la bonne décision consiste à donner aux utilisateurs les moyens d'adapter l'interface eux-mêmes, plutôt que de décider à leur place quelles informations doivent disparaître.

Un exemple très concret concerne les tableaux de données avec beaucoup d'informations à manipuler en même temps dans une application de gestion. Nous avons essayé plusieurs fois de prioriser avec les utilisateurs, mais nous nous sommes heurtés à un mur : pour eux, ces 17 colonnes étaient nécessaires.

La solution n'a donc pas été de choisir à leur place. Nous avons plutôt cherché une solution qui permette à chaque utilisateur de personnaliser son tableau : masquer certaines colonnes, configurer sa vue et simplifier lui-même son interface selon ses besoins.

Quels freins organisationnels empêchent souvent les équipes de concevoir des expériences plus simples ?

Un produit reflète souvent l'organisation qui le conçoit. Si les équipes ne se parlent pas, cela finit par se voir dans l'expérience utilisateur. Le design est un travail d'alignement : une belle maquette ne deviendra jamais un bon produit si les responsables projet, les développeurs, les métiers et les autres parties prenantes ne sont pas alignés sur ce qu'elle propose.

Dans des organisations complexes, plusieurs équipes peuvent être responsables de parties différentes d'un même parcours. Si chacune travaille dans son coin, l'expérience finale devient fragmentée. Or, l'utilisateur ne vit pas une application isolée : il vit une expérience de bout en bout. C'est pourquoi il faut parfois passer de parcours utilisateurs limités à une seule application à des parcours transversaux, qui suivent réellement l'expérience complète : d'une page de pilotage à une application de gestion, puis à une application documentaire, avec des données cohérentes et des liens au bon endroit.

La fluidité de l'expérience dépend donc autant de l'interface que de la connectivité entre les outils et de la manière dont les équipes travaillent ensemble.

Comment arbitrez-vous entre demandes métier, contraintes techniques et expérience utilisateur ?

Ce n'est pas toujours le designer qui prend la décision finale. Il peut porter des intuitions, formuler des recommandations et défendre certaines pistes, mais l'arbitrage appartient souvent à l'ensemble du projet.

C'est pourquoi le cadrage en amont est essentiel : clarifier le besoin, estimer le coût technique, identifier les éléments à mettre en place et proposer un premier parcours avant le développement.

Les matrices impact-effort sont particulièrement utiles, car elles permettent de relier la complexité de mise en œuvre à la valeur utilisateur. Sur des programmes plus larges, les feuilles de route à l'année ou sur plusieurs années jouent aussi un rôle clé : elles permettent d'anticiper les déploiements, les populations concernées, les contextes plus ou moins complexes et les priorités à préparer.

L'objectif reste le même : faire arriver le produit entre les mains des utilisateurs, au bon moment, avec le bon niveau de qualité et de préparation.

Comment l'IA générative modifie-t-elle la manière dont les équipes design travaillent aujourd'hui ?

L'IA est en train de devenir une tendance de fond. Il y a encore des limites, notamment les coûts, les questions de sécurité, les contraintes réglementaires ou les politiques internes des entreprises, mais il est difficile d'imaginer que ce mouvement s'arrête.

L'IA peut intervenir à plusieurs niveaux : analyse de verbatims, synthèse d'entretiens, génération de contenu réaliste, aide à la formulation, exploration d'alternatives, voire édition de fichiers Figma ou génération de prototypes. Cela permet de gagner du temps et d'accélérer certaines étapes.

En revanche, dans les secteurs réglementés comme la banque ou l'aéronautique, l'intégration de l'IA reste plus complexe. Les politiques de sécurité et de confidentialité limitent l'usage de certains outils. Les développeurs sont souvent les premiers à bénéficier d'outils autorisés, et les designers doivent encore trouver comment s'approprier ces environnements pour accélérer leur propre travail.

L'enjeu est donc de réussir à pousser l'innovation et à accélérer les flux de travail, tout en respectant les contraintes légales, réglementaires et de sécurité propres au secteur.

Quelles opportunités voyez-vous pour aider les utilisateurs à gérer la complexité ? Quels risques observez-vous ?

Il faut distinguer deux sujets : l'IA dans le flux de travail des designers, et l'IA dans les solutions que l'on conçoit.

Dans les applications métiers, l'IA peut être très utile lorsqu'elle répond à un vrai problème utilisateur. Mais le risque est de vouloir mettre de l'IA partout simplement parce que le sujet est à la mode.

On peut imaginer plusieurs niveaux d'intégration de l'IA dans les produits. Le premier niveau est l'assistant ou le chatbot : l'utilisateur pose une question sur ses contrats, ses dossiers ou ses informations financières, et l'IA va chercher la réponse. Le deuxième niveau est plus proactif : l'IA repère une anomalie, alerte l'utilisateur et propose une recommandation. Le niveau suivant, qui arrivera de plus en plus, est celui des agents IA, capables de prendre en charge des tâches complètes et de revenir vers l'utilisateur une fois le travail terminé.

Cela peut profondément changer la manière dont les équipes travaillent. Un agent IA peut être vu comme un membre de l'équipe : il peut recevoir une tâche, travailler plus vite, fonctionner en continu et coûter moins cher qu'un équivalent humain. Mais cela pose aussi de vraies questions sur la place de l'humain, la supervision, la confiance et la responsabilité.

Le risque principal est de considérer l'IA comme une solution en soi. Une fonctionnalité IA n'a de valeur que si elle répond à un besoin réel, améliore la compréhension ou aide l'utilisateur à agir plus efficacement. Sinon, elle peut simplement ajouter une couche de complexité supplémentaire.

Si vous deviez donner un conseil à un designer travaillant sur des systèmes complexes, lequel serait-il ?

Le premier conseil serait de ne pas avoir peur de la complexité. Il faut accepter que l'on ne maîtrisera jamais la complexité à 100 %. Mais avec de la curiosité et les bons outils de design — parcours utilisateurs, cartographies, parcours d'expérience — on peut la rendre beaucoup plus tangible.

Le fait d'arriver de l'extérieur peut même devenir une force. Un designer pose souvent des questions naïves : pourquoi cela fonctionne-t-il comme ça ? Pourquoi cette règle existe-t-elle ? Pourquoi ce parcours est-il organisé de cette manière ? Ces questions peuvent ouvrir de vrais axes d'amélioration, surtout dans des systèmes d'information ou des applications qui ont 10 ou 15 ans et qui ont accumulé des fonctionnalités ou des règles qui ne sont plus toujours d'actualité.

La complexité peut parfois être attaquée directement. Certaines choses ne sont plus utilisées, ne sont plus pertinentes ou peuvent être supprimées. Mais il faut d'abord les rendre visibles, les comprendre et créer les conditions pour en discuter.

L'autre point important est que la complexité est aussi humaine. Sur des projets complexes, on a souvent davantage de temps pour étudier, discuter, construire progressivement. Le plus important n'est pas toujours d'aller vite. C'est de ne pas casser quelque chose d'essentiel sans comprendre les conséquences.

Quels sujets autour de la complexité sont encore insuffisamment traités par la communauté design ?

La communauté design parle beaucoup d'IA, d'éthique, d'accessibilité — et ce sont des sujets importants. Mais la complexité des applications métiers et des systèmes internes reste encore trop peu visible.

Par définition, ces produits sont souvent cachés : intranets, applications internes, applications web d'entreprise, outils derrière login, systèmes soumis à confidentialité. On les voit peu en ligne, on communique rarement dessus, et pourtant ils représentent une grande partie du travail réel de nombreux designers.

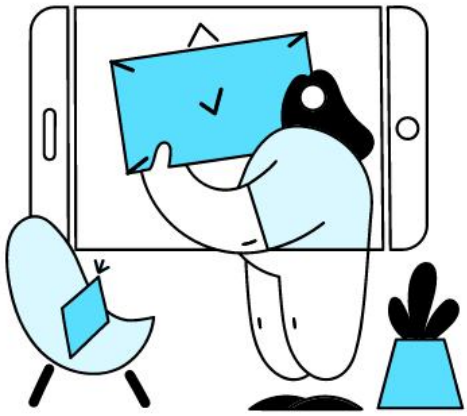
Je pense que les designers manquent encore d'outils pour aider à la prise de décision dans ces contextes. Nous avons des outils comme les matrices impact-effort, les parcours utilisateurs ou les parcours d'expérience, mais dans les environnements complexes, il faut parfois aller chercher des formats issus de la gestion de projet, de la valeur business, du product management ou même du coaching et de l'influence.

On parle encore trop peu de la manière dont les décisions produit se prennent réellement en équipe, du cycle de vie complet d'un produit, du suivi après lancement, des données d'usage, ou même de la manière de retirer une fonctionnalité lorsqu'elle coûte trop cher à maintenir.

Beaucoup de designers utilisent aujourd'hui le titre de Product Designer. Mais le Product Design ne se limite pas au lancement d'une nouvelle fonctionnalité. Il implique aussi de suivre le produit dans le temps, d'en mesurer l'usage, d'arbitrer son évolution et parfois de décider ce qu'il faut retirer. Ce sont des sujets très concrets, avec un impact business réel, mais encore insuffisamment discutés dans la communauté design.

5

Une nouvelle posture pour les designers



Ce livre blanc a commencé par une affirmation : nous ne concevons plus des interfaces, nous concevons des systèmes. Cette affirmation a des conséquences concrètes sur la manière d'aborder notre métier.

Penser en systèmes demande une compréhension du domaine

Un designer qui travaille sur une application grand public peut être efficace grâce à une bonne maîtrise des principes de design et à une démarche rigoureuse de recherche utilisateur.

Un designer qui travaille sur un système complexe a besoin de quelque chose de plus : **une compréhension suffisante du domaine pour savoir pourquoi les workflows sont construits de cette manière, quelles contraintes sont négociables, lesquelles ne le sont pas, et comment les décisions de conception auront un impact concret sur des personnes qui prennent des décisions réelles.**

Cela ne signifie pas qu'il faille devenir expert de chaque domaine abordé. En revanche, **cela implique d'investir du temps dans la compréhension du contexte, au-delà des entretiens utilisateurs classiques.** Passer du temps sur le terrain. Observer le travail réel, et non le travail décrit. Poser des questions naïves et persister jusqu'à comprendre pourquoi une règle existe réellement.

“**Il faut accepter que l’on ne maîtrisera jamais la complexité à 100 %.** Mais avec de la curiosité et les bons outils de design — parcours utilisateurs, cartographies, parcours d’expérience — on peut la rendre beaucoup plus tangible.”

Gianni POLITO
VP Design Manager @Crédit Agricole CIB

Penser en systèmes impose le travail collectif

Aucun designer ne peut, à lui seul, appréhender toute la complexité d'un système métier. La complexité d'intégration nécessite la perspective des développeurs et des architectes. La complexité institutionnelle exige celle des parties prenantes métier. La complexité de l'information demande l'expertise des spécialistes du domaine. Travailler en systèmes, c'est accepter que le design est fondamentalement un travail collectif, et que la qualité du résultat final dépend autant de la qualité des conversations que de celle des maquettes.

“Lorsque tout le monde participe aux réflexions dès le départ, les contraintes sont connues, les arbitrages sont partagés et les décisions sont prises collectivement.

À l'inverse, lorsqu'une maquette est conçue sans dialogue avec les équipes qui devront ensuite la réaliser, les risques augmentent fortement.”

Baptiste LEMOIGNE
Lead Designer UX/UI @Thales

“Le design sert aussi à faciliter la discussion entre les parties prenantes. Dans certaines réunions, les personnes se parlent mais ne se comprennent pas toujours. Chacun arrive avec sa propre vision du problème. Le design permet alors de modéliser plusieurs options, de rendre les possibilités concrètes, de comparer les avantages et les inconvénients, puis de créer une base commune pour la décision.”

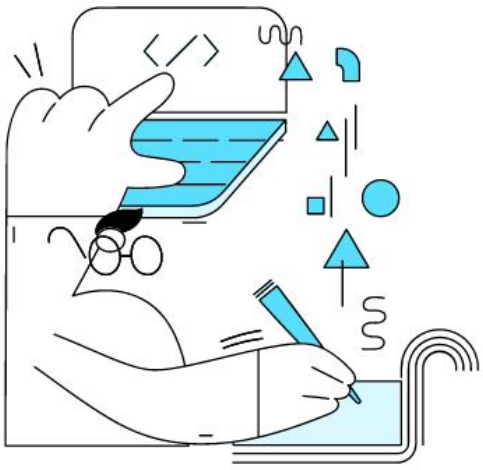
Gianni POLITO
VP Design Manager @Crédit Agricole CIB

Penser en systèmes signifie que le travail n'est jamais terminé

Un système évolue. Il grandit avec l'organisation qui l'utilise. Il accumule de la dette si l'on n'y prête pas attention. Il doit s'adapter à de nouveaux usages, à de nouveaux utilisateurs et à de nouvelles contraintes.

Penser en systèmes, c'est accepter que le rôle du designer ne s'arrête pas à la livraison d'un écran, et que les décisions de conception d'aujourd'hui constituent les dettes potentielles de demain.

Penser en systèmes dans un monde où l'IA accélère la production



L'accélération de la production de design grâce à l'IA générative est bien réelle. Des interfaces peuvent désormais être produites en quelques minutes à partir d'un simple prompt. Ce n'est ni une menace ni une panacée. C'est un nouveau contexte qui repose la question de la valeur du designer.

Ce qui change avec l'IA, c'est que la vitesse de production ne sera plus un facteur de différenciation. Ce qui restera différenciant, c'est la capacité à poser les bonnes questions avant de produire quoi que ce soit.

La posture décrite dans ce livre blanc — la simplexité — est peut-être plus nécessaire que jamais. **Lorsqu'il devient facile de produire beaucoup, et très vite, la valeur se déplace vers la capacité à concevoir ce qui mérite réellement d'être produit : des systèmes qui respectent l'intelligence et l'attention des personnes qui les utilisent.** Des outils qui leur permettent de penser plus clairement.

“Une fonctionnalité IA n’a de valeur que si elle répond à un besoin réel, améliore la compréhension ou aide l’utilisateur à agir plus efficacement. Sinon, elle peut simplement ajouter une couche de complexité supplémentaire. ”

Gianni POLITO
VP Design Manager @Crédit Agricole CIB

“La valeur du designer reste essentielle. Comprendre le métier, comprendre les utilisateurs, construire une cohérence globale et arbitrer les besoins sont des activités profondément humaines.”

Baptiste LEMOIGNE
Lead Designer UX/UI @Thales

Conclusion / Concevoir pour que les gens pensent mieux

La simplexité est une posture, plus qu'une méthode. Elle dit quelque chose de simple sur ce que le design peut apporter aux systèmes complexes : non pas effacer la complexité, mais l'organiser de manière à permettre aux personnes qui travaillent avec ces systèmes d'être au meilleur de leurs capacités.

Ce que ce livre blanc a cherché à montrer, c'est qu'il existe une voie entre la fausse simplicité, qui masque les problèmes sans les résoudre, et la complexité subie, qui épuise sans créer de valeur. Cette voie demande de comprendre d'où vient la complexité — les cinq couches du Nielsen Norman Group constituent un excellent outil pour cela. Elle demande de concevoir avec les contraintes réelles, et non contre elles. Elle demande enfin de penser en termes de systèmes qui évoluent, plutôt que d'interfaces que l'on livre.

Les entretiens avec Baptiste LEMOIGNE, Manon LEVERRIER et Gianni POLITO le confirment chacun à leur manière : les meilleurs résultats naissent d'équipes qui travaillent collectivement, qui prennent le temps de comprendre leur domaine, et qui acceptent que le travail de conception ne s'arrête pas à la maquette.

Un bon outil ne se contente pas d'exécuter une tâche. Il permet à ceux qui l'utilisent de penser plus clairement. C'est peut-être la contribution la plus importante que le design puisse apporter — et certainement celle qui mérite que nous continuions à prendre ce métier au sérieux.

Remerciements

Ce livre blanc n'aurait pas la même profondeur sans les personnes qui ont accepté d'y contribuer.

Baptiste LEMOIGNE, Lead UX/UI (Thales), pour avoir répondu à mes questions avec une grande franchise et partagé une expérience de terrain que les modèles théoriques peinent souvent à capturer. Il est également un mentor exigeant qui m'a appris à toujours remettre en question mes choix de conception, à mieux présenter mon travail et à améliorer mon français.

Manon LEVERRIER, Lead Product & CX Designer (Thales Green Operations), pour avoir partagé avec passion les enjeux de son domaine, pour m'avoir constamment poussée à aller plus loin dans mes propositions de design et à découvrir de nouveaux outils afin d'optimiser notre travail. Sa bienveillance, son ouverture d'esprit et la confiance qu'elle m'a accordée dès notre premier échange ont largement nourri ma motivation à progresser dans ce métier.

Gianni POLITO, Design Manager (Crédit Agricole CIB) pour son esprit de partage et son engagement auprès des jeunes designers. Je suis son travail depuis mes débuts en UX Design, et c'est un véritable plaisir de pouvoir aujourd'hui faire écho à sa vision dans ce livre blanc.

L'équipe pédagogique de l'École Supérieure du Digital (ESD), pour avoir créé le cadre qui a rendu ce travail de recherche et de terrain possible. Une pensée particulière à **Benoît VERGER**, dont les enseignements, à la fois stratégiques et toujours empreints d'humour, m'ont donné confiance dans mon apprentissage depuis mon premier jour à l'ESD. Je suis heureuse qu'il ait accompagné ce dernier projet de mon parcours.

L'équipe Thales AVS, pour ces deux années d'immersion dans un environnement où la complexité n'était pas un sujet d'étude, mais une réalité quotidienne.

Ce livre blanc est dédié à tous les designers qui refusent de confondre la clarté apparente d'une interface avec la qualité réelle de l'expérience qu'elle produit.

Références bibliographiques

Arcep, Arcom, CGE, & ANCT. (2025). Baromètre du numérique (éd. 2025). *CREDOC*. Consulté le 22/06/2026. *https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2025*

Colour Blind Awareness. (2026). About Colour Blindness. *Colour Blind Awareness*. Consulté le 22/06/2026. *https://www.colourblindawareness.org/colour-blindness*

Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995-1006. *https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.6.995*

Kaplan, K. (2020). Complex Application Design : A 5-Layer Framework. *Nielsen Norman Group*. Consulté le 22/06/2026. *https://www.nngroup.com/articles/complex-application-design-framework/*

Ribecca, S. (2026). The Data Visualisation Catalogue. Consulté le 22/06/2026. *https://datavizcatalogue.com*

Undefined. (2025). Breaking down the infinite workday. *Microsoft WorkLab*. Consulté le 22/06/2026. *https://www.microsoft.com/en-us/worklab/work-trend-index/breaking-down-infinite-workday*

Wikipédia. (2026). Simplexité. *Wikipédia*. Consulté le 22/06/2026. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Simplexité*

Simplexité UX : Une approche pour concevoir des systèmes puissants

- Applications métiers
- Produits SaaS
- Plateformes B2B
- Produits numériques complexes

Hai Yen DESMET
2026

Les applications métiers, plateformes SaaS B2B et outils d’aide à la décision sont souvent perçus comme trop complexes. Pourtant, cette complexité n’est pas toujours un défaut de conception : elle reflète souvent la réalité des systèmes, des données, des organisations et des décisions qu’ils doivent accompagner.

Ce livre blanc propose une approche fondée sur la Simplexité UX : rendre les systèmes complexes compréhensibles, utilisables et puissants, sans les réduire de manière excessive. À partir du framework des cinq couches de complexité du Nielsen Norman Group, d’exemples issus de produits B2B et d’entretiens avec des professionnels du design, il explore comment diagnostiquer la complexité, concevoir des interfaces plus lisibles et mieux accompagner les utilisateurs dans leurs décisions.

L’objectif est de fournir aux designers, Product Managers et équipes produit des repères concrets pour concevoir des systèmes plus clairs, plus cohérents et mieux adaptés aux environnements de travail réels.